

cadeia produtiva da moda, incluindo os setores de calçados, têxteis e confecção, moveleiro, atingindo setor automotivo, bijuterias, acessórios para moda e até segmentos como pet e demais elos da cadeia produtiva da moda.

O mercado internacional se amplia mais do que nas últimas edições. Estamos em um momento único no setor de componentes para calçados em nível global, como referência em design, tecnologia e sustentabilidade. Isso contribui para que a procura pelos produtos aumente significativamente, nos provando que toda a trajetória do Inspiramais em apresentar pesquisas, projetos e desenvolvimentos de produtos alinhados a uma identidade genuína nacional dentro dos parâmetros de consumo mundial vem sendo cada vez mais assertiva. Já temos mais de 200 compradores internacionais inscritos para as rodadas de negócio do Projeto Comprador.

Contamos com a presença dos principais players nacionais, buscando unificar linguagem e metodologia produtiva para toda a cadeia da moda.

De que forma o Inspiramais tem reforçado a sua estratégia de ser referência para o mercado da moda e de impulsionar o processo criativo da indústria calçadista?

É um trabalho incessante e que não acontece apenas durante os dias do Inspiramais. Durante o ano todo realizamos pesquisas junto às empresas de todo o País. Nossa equipe de consultores não parou e as empresas seguem atuando nos desenvolvimentos de produtos dentro de

processos criativos apresentados no Inspiramais. Por isso temos o projeto Conexão Inspiramais, que faz esse trabalho anual com sua equipe de consultores e a coordenação do designer e pesquisador Walter Rodrigues. Daí é natural que seja relevante as referências dentro do mercado da moda.

Na apresentação do Inspiramais digital, vocês disseram que o projeto busca superar os desafios do mundo digital com sua experiência de vanguarda. Qual experiência é esta?

Estaremos conectados não só com as empresas e visitantes atuais, mas indo além de cruzar fronteiras que o mundo físico nem sempre possibilita. O Inspiramais é o principal salão de design de materiais para moda da América Latina, ganhou tanta notoriedade no mercado nacional e internacional justamente por estar sempre na vanguarda.

O mercado já vem passando por transformações significativas há muito tempo e estamos antecipando isso. Este ano o tema do salão é Free Spirit, tema que já estava formatado antes do momento atual, e fala de ressignificação das relações e do mundo como conhecemos hoje.

As pessoas irão se conectar de uma forma eficiente e diferenciada, acessando salas de reuniões, vídeos, palestras ao vivo, apresentação de produtos, estandes virtuais. Será uma experiência única.

Qual tem sido o feedback que vocês têm recebido do mercado em relação ao Inspiramais Digital?

Melhor do que esperávamos.

Estamos recebendo inscrições do País todo e do mundo inteiro. Empresas, designers, profissionais da moda e a imprensa, que por distância, custos e oportunidades acabaram não participando nas edições anteriores, participarão efetivamente desta edição. Compradores de todos os continentes vão marcar presença, as empresas brasileiras estão ansiosas para conhecer mais e ampliar as inscrições de sua equipe – antes limitada a alguns selecionados para conferir o evento. Os participantes também se envolveram e abraçaram a Plataforma Inspiramais e estão mobilizados e mobilizando o mercado. Acredito que estamos diante de um novo caminho de se fazer negócios.

Como as empresas do setor de componentes têm se reinventado e se adaptado a este novo cenário de mercado?

Temos total consciência do momento que estamos passando. As empresas entendem que agora é o momento de adaptações. Não há muito o que se discutir sobre isso. Há uma nova realidade mundial que transforma todos os processos das pessoas – das relações humanas, a adaptações estruturais e a maneira de se criar e produzir produtos.

Agora é hora de olhar para o consumidor e seus comportamentos, perceber como acontece as demandas de mercado, as situações e seguir em frente. Claro é um processo e não achamos que será de uma hora para outra. Mas, já percebemos um setor consciente que para ficar no mercado será preciso se reinventar e se readaptar.